M
A
R
K
E
T
I
N
G

EVOLUCIÓN DEL MARKETING

MARKETIC UBICUO

MARKETIC
La evolución del marketing



Filosofía **MONOLITICA**

Tan antigua
Como la propia
HUMANIDAD

FENICIOS

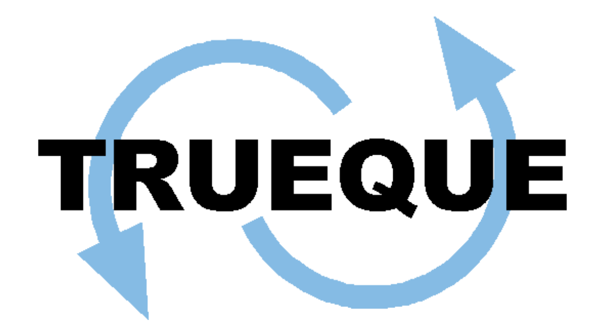
M
A
R
K
E
T
I
N
G











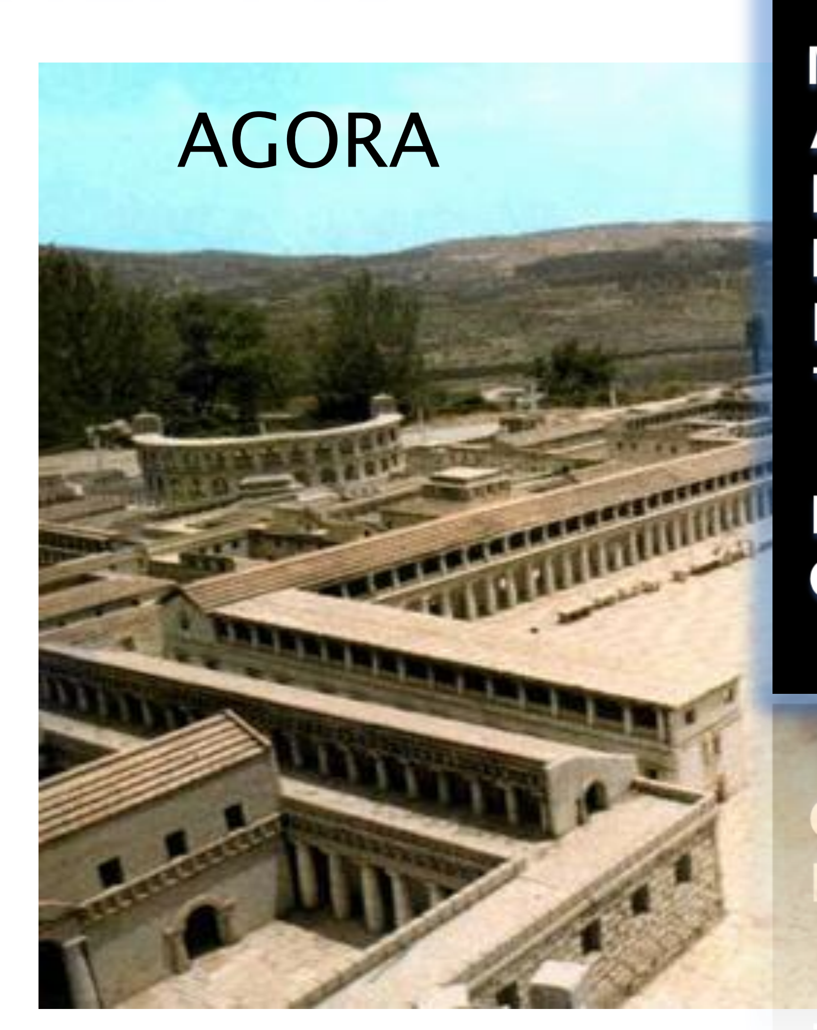


INTERCAMBIO

GRIEGOS

hasta el 500 DC

ROMANOS



MARKETING





GERMANOS, FRANCOS, FEUDALISMO, LAS CRUZADAS ASCENDENCIA MONOPOLÍSTICA BOLSA MERCANTIL.

hasta llegar al ***COMERCIO MODERNO*** *De* ***1.500*** *D.C. hasta la primera guerra mundial en* ***1914***

El comercio Contemporáneo

Desde el año 1.914

M
A
R
K
E
T
I
N
G

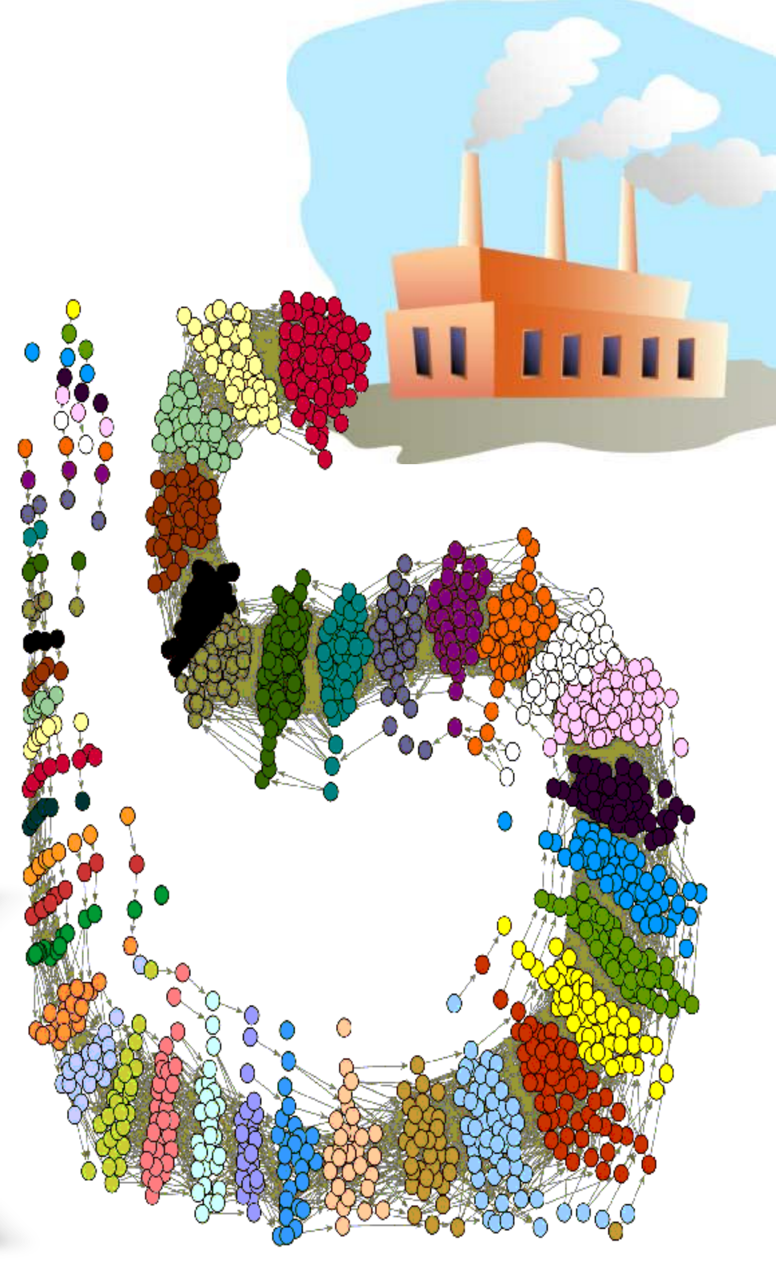
A partir de la primera guerra Mundial decae el comercio mercantilista y se da inicio al

MARKETING moderno del siglo XX………………

Agobiado por la guerra mundial, el mundo trataba de satisfacer la enorme demanda insatisfecha…



MARKETING



PRIMERA ETAPA.

La empresa se orienta a la producción, la fabricación y la eficacia.

M
A
R
K
E
T
I
N
G

Henry Ford with Model T in Buffalo, NY, 1921



ORIENTACION A LA PRODUCCION



A mediados de la década del 50, emergió una

SEGUNDA ETAPA, la de la

ORIENTACIÓN A LAS VENTAS.

MARKETING

- La oferta se equilibra con la demanda.
- La producción se orienta en función de las ventas…
- Producción en función de expectativas.

ORIENTACIÓN A LAS VENTAS.



MARKETING

Orientación al MARKETING

A principios de la década de 1970 emergió la **tercera etapa….** cuando

Las empresas se dieron cuenta de que los deseos y necesidades del consumidor conducían todo el proceso.



La investigación de mercados llegó entonces a ser muy importante. Los negocios se dieron cuenta que era inútil invertir un gran esfuerzo en la producción y venta de productos que la gente no deseaba.

Orientación al MARKETING

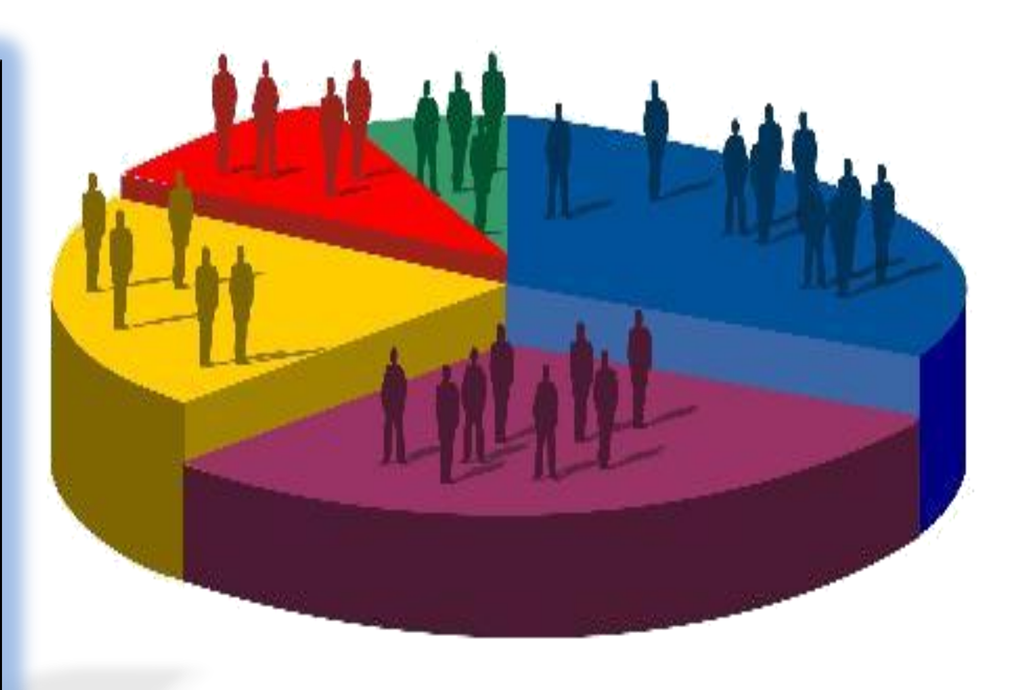


- *La promoción se concentra en los medios masivos…*

- *La televisión y las agencias de publicidad, son las grandes protagonistas*

Orientación al MARKETING

M
A
R
K
E
T
I
N
G



- *Es la era del marketing masivo, el de nichos y segmentos.*

Orientación al MARKETING

M
A
R
K
E
T
I
N
G



- *Las decisiones estratégicas de la compañía dependen de las* ***necesidades*** *y* ***deseos*** *de los clientes.*

- *Surge la* ***sociedad de consumo.***

- *El medio es el mensaje sentencia* ***Mc Luhan***

Orientación al MARKETING

MARKETING



- *Surgen los primeros Call centers para información y servicio a clientes.*

- *El marketing abarca todas las instituciones y copa todas actividades del ser humano.*

Orientación al MARKETING

MARKETING

En la última década del siglo pasado surge la CUARTA ETAPA, la de *orientación al* ***marketing personal***.

1 to 1



"El CRM no es un software, sino tratar a los clientes tan bien que quieran volver. Es darle beneficios pero no puntos o descuentos. Entender al cliente, hacer su vida más fácil y construir un lazo de confianza"

Frederick Newell

MARKETING

New Rules Marketing

Customer Relationship Management im E-Business

Wireless Rules

loyalty.com

Why CRM Doesn't Work

How to Win By Letting Customers Manage the Relationship

Frederick Newell

clienteleal.com

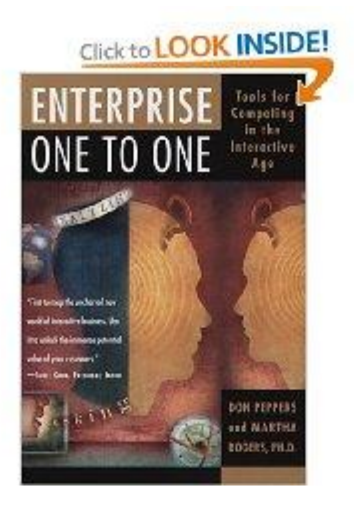
Frederick Newell

C.R.M.

MARKETING

Don Pepers y Martha Rogers

Demuestran que las Tecnologías de la información y la comunicación disponibles, permiten comercializar productos sobre una base individual.







M
A
R
K
E
T
I
N
G

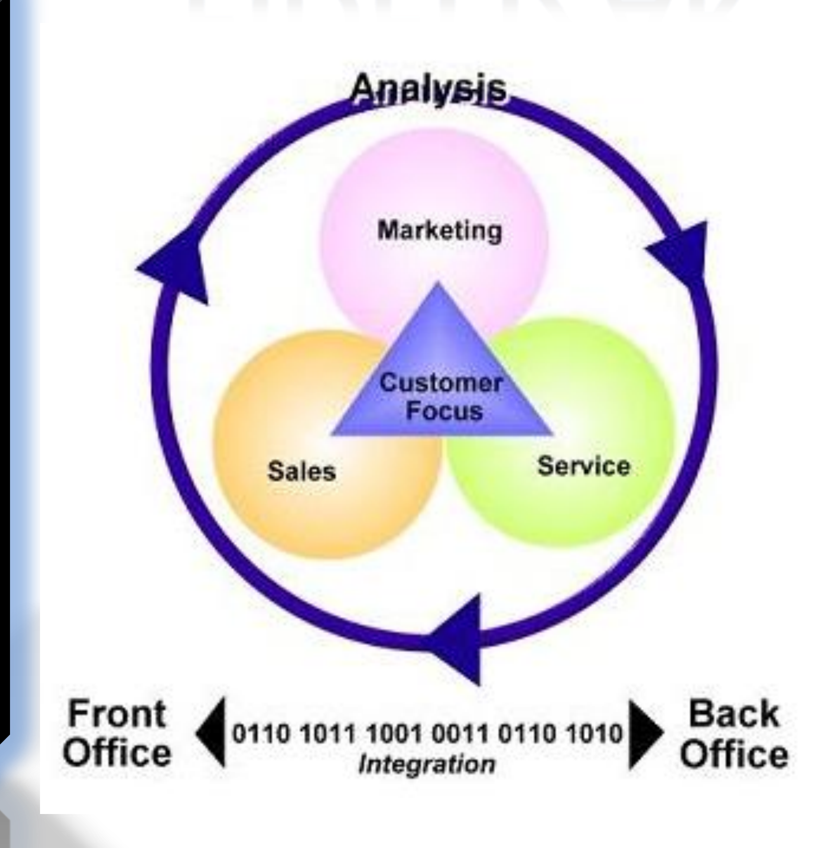




“La filosofía del marketing se mantiene, pero ya no es necesario pensar más en términos agregados como segmentos de mercado, nichos o target.”



FIDELIZAR



- *Los productos son personalizados*
- *El mercado es la base de datos*
- *El nuevo nicho del mercado es el INDIVIDUO*
- *La publicidad se vuelve interactiva*
- *El BTL y los nuevos medios cambian la agencia tradicional*
- *Emergen nuevos medios y canales de comunicación*

C.R.M.

MARKETING UBICUO.

MARKETING



Los procesos son individualizados . Se encuentran presentes en toda la cadena de valor del cliente.

MARKETIC UBICUO

TIC PARA CRM.

M
A
R
K
E
T
I
N
G



las TIC ambientan el nuevo mundo del marketing.
Las TIC copan todos los espacios sociales de los seres vivientes.

REDES SOCIALES

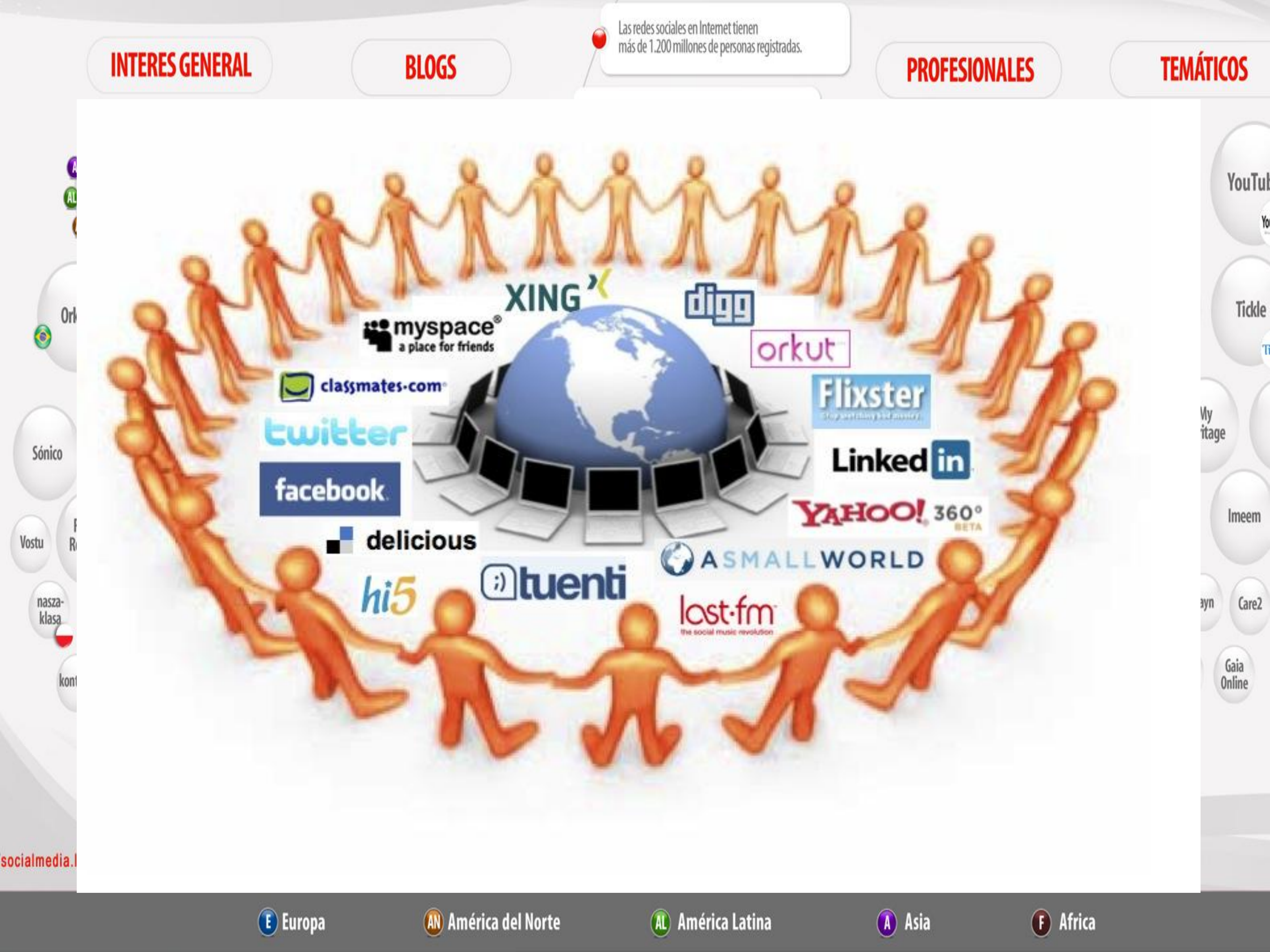


De LA WEB 1.0 se pasó rápidamente a la

WEB 2.0

de las redes sociales

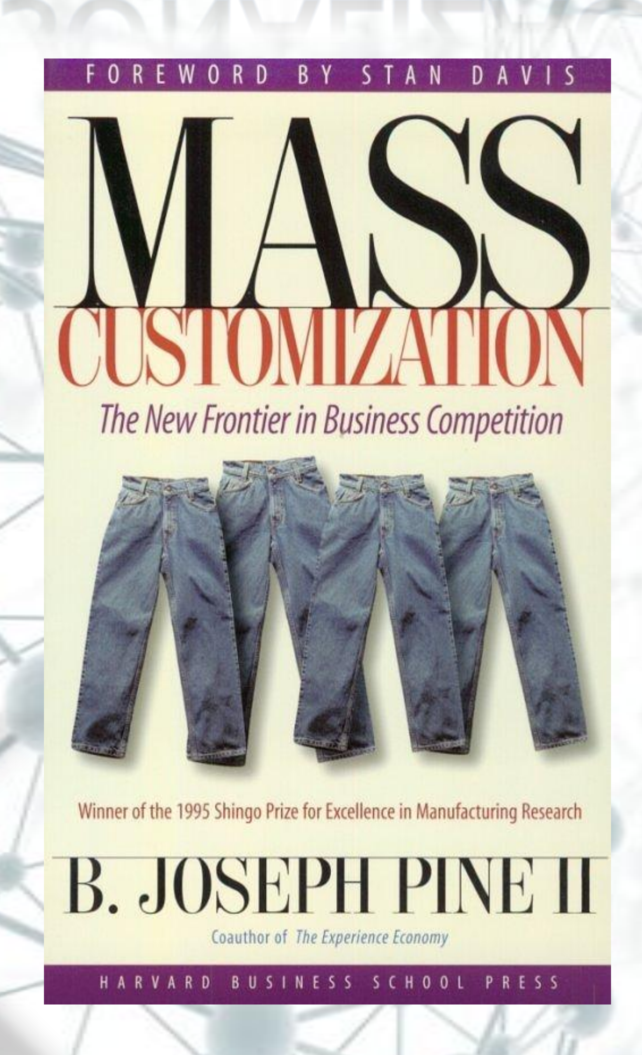
MARKETIC UBICUO



INTERES GENERAL
BLOGS
Las redes sociales en Internet tienen más de 1.200 millones de personas registradas.
PROFESIONALES
TEMÁTICOS
Sónico
Vostu
nasza-klasa
Tickle
Imeem
Care2
Gaia Online
XING
digg
myspace a place for friends
orkut
classmates.com
Flixster
twitter
Linked in
facebook
YAHOO! 360°
delicious
A SMALL WORLD
hi5
tuenti
last.fm
Europa
América del Norte
América Latina
Asia
Africa

PERSONALIZACION MASIVA

MARKETING



" Llega la era de la personalización masiva

MASS CUSTOMATIZATION

Productos personalizados
para un consumidor hiperinformado."

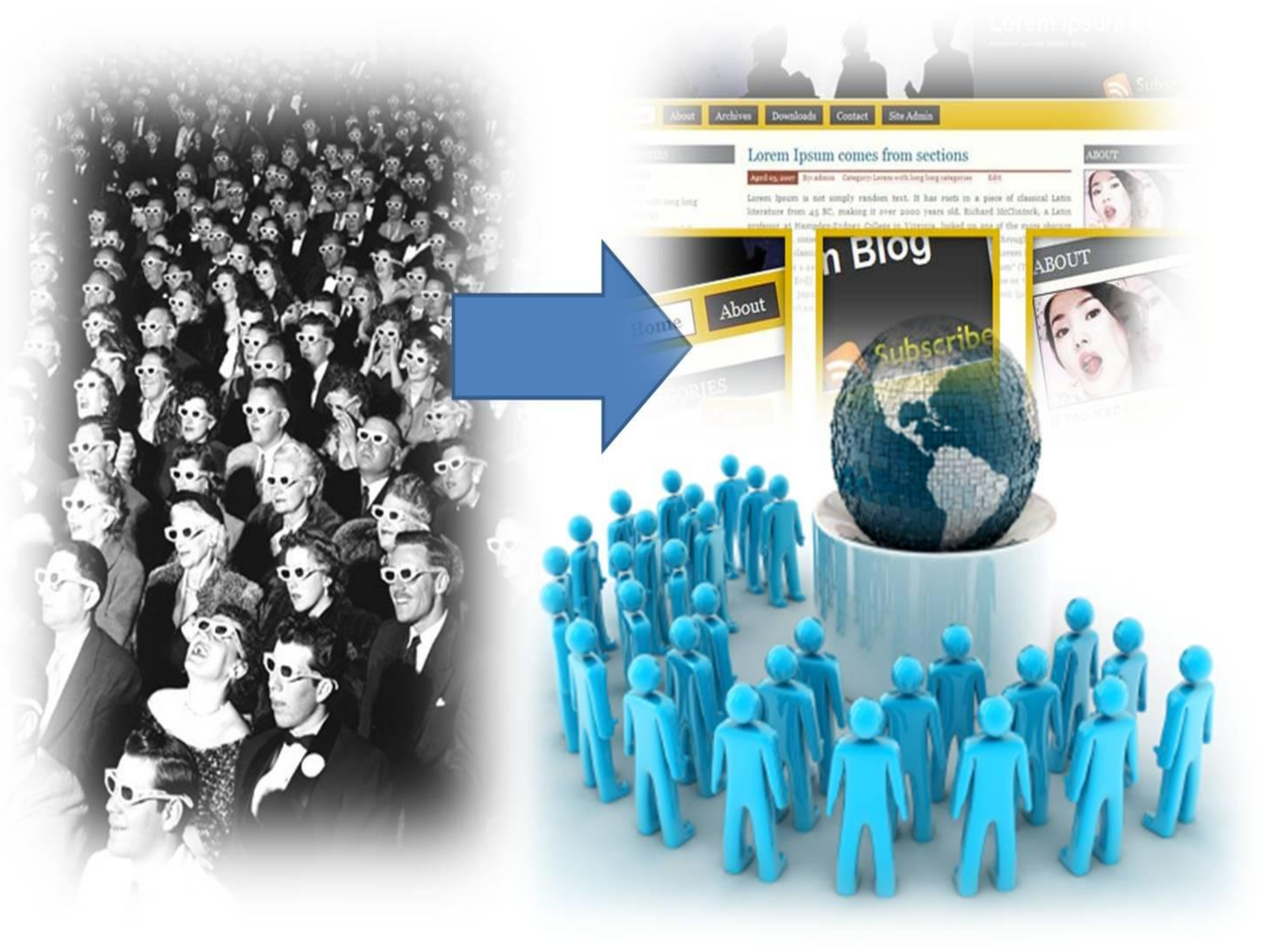
MARKE**TIC** UBICUO

CRM para el PROSUMER



Los consumidores empiezan a tomar parte en el proceso de producción, especialmente especificando los requisitos de diseño, sus expectativas y métricas de satisfacción.

MARKETIC UBICUO


About
Archives
Downloads
Contact
Site Admin
Lorem Ipsum comes from sections
ABOUT
Lorem Ipsum is not simply random text. It has roots in a piece of classical Latin
literature from 45 BC, making it over 2000 years old. Richard McClintock, a Latin
Blog
Home
About
ABOUT
Subscribe

LA NUEVA PUBLICIDAD.



Surgieron nuevos medios: Publicidad on line, email marketing y mensajería instantánea. La respuesta directa, el marketing de resultados y las ventas directas . El running, El BTL y la customer experience, los contact centers interactivos, etc.

NOTA: La alta dirección de OgilvyOne y OgilvyInteractive aseguran que en el mensaje publicitario por Internet, hay más retentiva que en el mensaje televisivo …….

MARKE**TIC** UBICUO

FIN DEL PRINCIPIO DE PETER.

MARKETING

TRAZABILIDAD

TIC

Todo se planifica.
Todo se ejecuta.
Todo se mide.
Todo se controla.

Se sacan conclusiones y se toma decisiones, con la misma velocidad con que suceden los hechos.

Entre el hecho y la corrección, sólo pasan unos cuantos nanosegundos.

MARKETIC UBICUO

2005– UBICUIDAD

M
A
R
K
E
T
I
N
G



New Songdo City

Comunicaciones Ubicuas.

Surgen las primeras

Ciudades Ubicuas.

Procesos Ubicuos.

MARKETIC UBICUO

2005- UBICUIDAD

M A R K E T I N G



*El **AGORA** griega ahora es el planeta*

*Las **TIC** copan todos los espacios sociales de los seres vivientes.*

MARKE**TIC** UBICUO

TRANSFORMACION AÑOS 2000

MARKETING



EL MARKETING se orienta hacia
El uso adecuado de las TIC
para la personalización de las relaciones con los clientes.

MARKETIC UBICUO

FUTURO INMEDIATO

FUTURO INMEDIATO

MARKETING

En la década del 2010 al 2020, la sociedad entera es transformada por las tecnologías de la época, tal como lo visionó Seth Godin.

.

MARKETIC

MARKETING



Avatares, Podcasts, Blogs, Redes sociales online, Mundos Virtuales como Second Life

y contenidos generados por el usuario, permiten crear canales de Interacción con el cliente Prosumidor.

M
A
R
K
E
T
I
N
G





Sony , Panasonic y Samsung, apuestan que los usuarios quieren ver televisión, no sólo películas en tres dimensiones.

Jimi Hendrix CEO de Sony, hizo una muestra de la capacidad de transmitir en vivo en tres dimensiones directamente a los hogares. Se pudo ver gracias a unos anteojos, que parecen de sol y no tienen los tradicionales colores azul y rojo-,

PS3, el Mundial y la alianza con Discovery y ESPN, crean un canal especial para esta modalidad, tecnología disponible que llegará a las tiendas del Primer Mundo en el segundo semestre 2010.

International CES®

MARKETING



Sony , Panasonic y Samsung, apuestan que los usuarios quieren ver televisión, no sólo películas en tres dimensiones.

TELE- Conferencia

MARKETING



Siglo XX

TELEPRESENCIA

International CES®

MARKETING



CES: Cisco e IBM iniciaron lo que ya se bautizó como "***La guerra por la Telepresencia de los consumidores***" .

TELE- Presencia 2010

MARKETING

Fútbol 3D

25 partidos del Mundial de Sudáfrica 2010 Transmitidos por primera vez en tres dimensiones

Centros de demostración instalados en siete ciudades del mundo: Berlín, Londres, México, París, Rio de Janeiro, Roma y Sydney

TELE- Presencia 2012



TELE- Presencia 2014

M A R K E T I N G



H O L O G R A F I A

Brasil 2014

MARKETING

Kindle DX

Now with Global Wireless.

Kindle 2.0

Periódico electrónico







La Tablilla Electrónica

será compartida por los miembros de la familia, para leer noticias, libros, escuchar música, revisar correos, etc.

Enero 27 de 2010

MARKETING

Tablet PC Apple.
10 a 11 pulgadas.

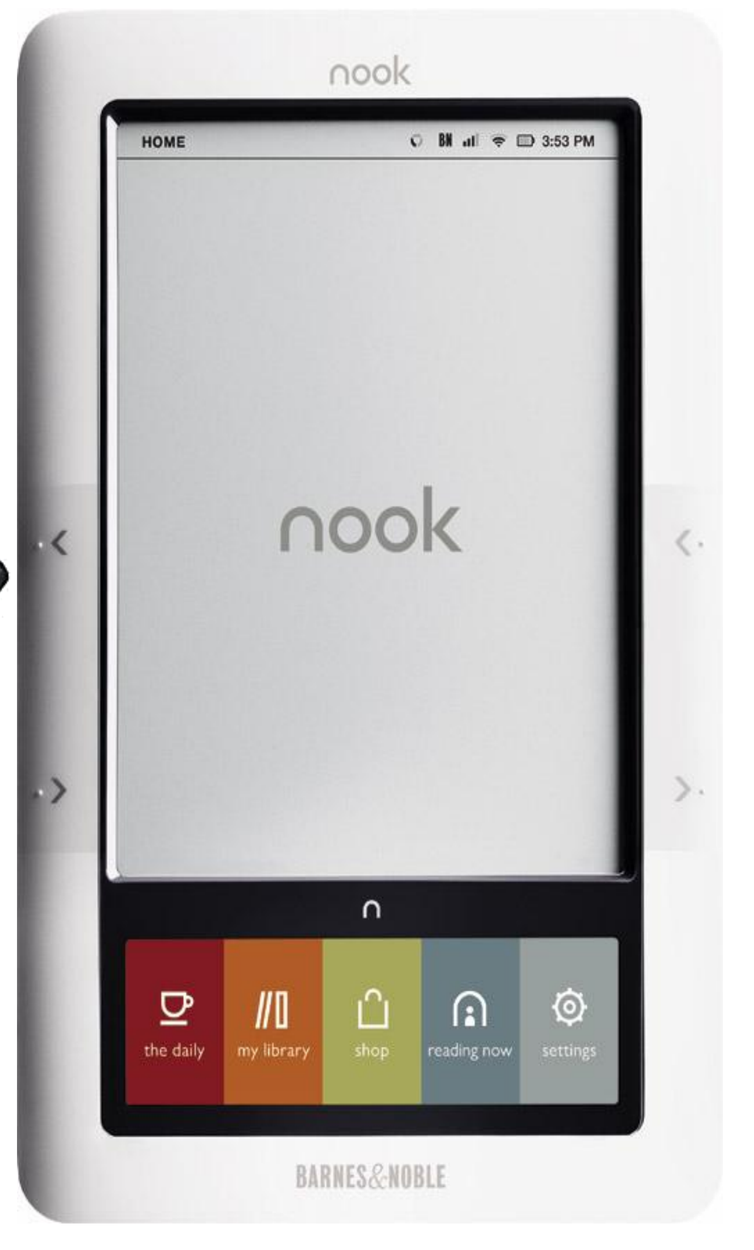
Salió al mercado 27 de enero 2010

Boom 2010

El Tablet se populariza.

MARKETING





eBooks

Barnes & Noble

FUTURO HOY

2010 AL 2020.

MARKETING



Nueva generación de celulares.

FUTURO HOY

2010 AL 2020.

M A R K E T I N G

4ª Generación.

Los Robots Inteligentes Autónomos.

Situados en nuestro entorno, adoptan comportamientos, razonan, evolucionan y actúan como seres vivos

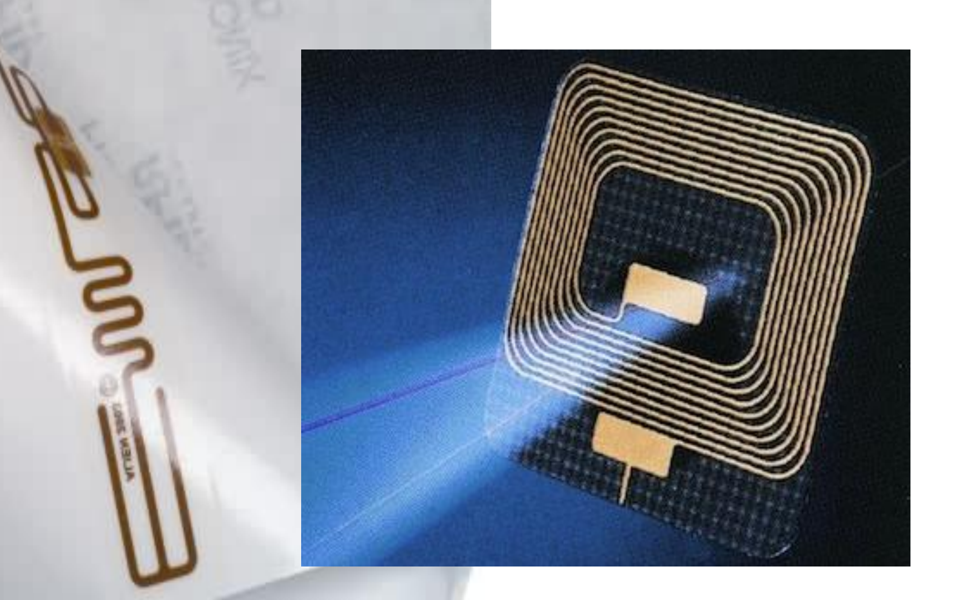
FUTURO HOY

2010 AL 2020.

MARKETING

Nuevos Entornos de

TAG_s



Radio Frequency Identification)

El concepto de **RFID** asociado a su ubicuidad.



FUTURO HOY
2010 AL 2020.
MARKETING
Size: 0.4 x 0.4 mm
Radio Frequency: 2.45 GHz
Micro-RFID

FUTURO HOY

MARKETING



“Web de los Objetos”

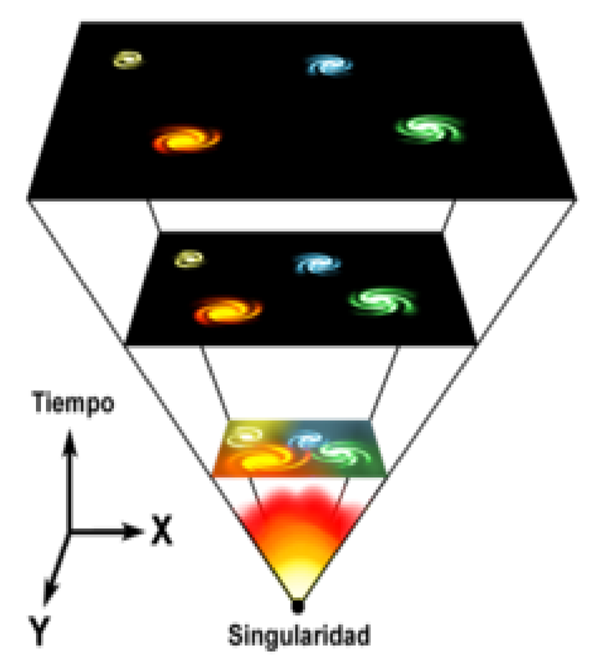
WEB SEMANTICA

FUTURO HOY

M
A
R
K
E
T
I
N
G

Marketing
Big Bang

Las TIC de Cuarta Generación y la WEB 3.0, cambian PROFUNDAMENTE la forma de hacer Marketing



MARKETIC UBICUO

MARKETING



Año 2015

Sexta etapa

El marketing se orienta a los seres, medios , mercados y objetos ubicuos

Marketing para los objetos en la Web 3.0

M
A
R
K
E
T
I
N
G



Los objetos cotidianos hablan, formulan pedidos y hacen compras de acuerdo a las necesidades de su "amo"

MARKETIC UBICUO

Marketing para los objetos en la Web 3.0

M
A
R
K
E
T
I
N
G



Los micro-TAG DIGERIBLES
de Eastman Kodak monitorean el organismo humano, diagnostican las enfermedades y "solicitan" los medicamentos que requiere el prosumidor.

MARKETIC UBICUO

2020 -2030



Más allá de la segunda y tercera década del siglo XXI, el marketing conserva su filosofía MONOLITICA. Pero cambian los medios, el ambiente y las instituciones

MARKETIC UBICUO

CONOCIMIENTO TRANSFORMADO POR LAS TIC:

MARKETING



LOS THINK TANK
ubicuos, el u-learning
y la nueva
TAG-PEDIA,
proporcionan todo el conocimiento que cualquier humano requiera para actividades especializadas, en el instante en que lo desee.

MARKETIC UBICUO

MÁS ALLÁ 2020 -2030

MARKETING EN EL NUEVO MUNDO

Años 2020 al 2030



Interactuaremos con Avatares en mundos virtuales.

Los productos serán teletransportados y el intercambio se hará en unidades de energía.

No existe el dinero.

MARKETING

Web 4.0

2050

MARKETING

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Web 4.0

2050

MARKETIC UBICUO

M
A
R
K
E
T
I
N
G

La época que nos ha tocado vivir no es sólo una época de cambio, sino más bien de cambio acelerado. En esta época habrá dos tipos de directivos: los rápidos y los muertos

Philip Kotler

Cordialmente,

RAFAEL MELO R

CEO. Asellerator INC.